Estampas sobre las librerías. 'Papel, Libro, Revista' (1942-1945)

Matías Maggio-Ramírez
Universidad Nacional de Tres de Febrero, Argentina

En los años cuarenta Buenos Aires tuvo un auge en la producción editorial local que interpeló a los nuevos públicos que se sumaron, gracias a las sostenidas políticas de escolarización. Más libros y público implicó que el espacio de intermediación fuera visibilizado en una publicación especializada para libreros y papeleros. En las líneas que siguen se propone analizar cómo se representó en *Papel, Libro, Revista* las relaciones entre las librerías, las editoriales y el público lector. La disputa por el tiempo de ocio se reavivaba frente a nuevos consumos culturales y se ubicó al libro como el principal perdedor.

1. Las librerías en 'Papel, Libro, Revista'

En una primera lectura de la revista se encontró que el crecimiento y creación de sellos editoriales trajo aparejado la urgencia por la especialización en la venta de libros. Los juguetes y los artículos de librería pronto perderían espacio en las vitrinas. La producción de catálogos con técnicas bibliotecológicas, los resúmenes y reseñas de libros para guiar la lectura del librero fueron algunas de las sugerencias que se hicieron para mejorar las ventas de las librerías que tenían que enfrentarse ante el cine, las radios y revistas para ganar el tiempo de ocio de los nuevos públicos que se sumaban al mercado del libro.

La historia del libro, así como su variante que se dedica a los sellos editoriales, suele eludir la narración de las librerías como un dispositivo cultural que articula la sociabilidad literaria, las estrategias de comercialización, los

temas, autores y obras que interpelan a un público en un período determinado. La historia de las librerías puede narrarse bajo el mismo paradigma de la historia de la edición, al contar con archivos empresariales, con catálogos elaborados con el material disponible para los lectores así como de las entrevistas a los libreros; aunque siempre se ha de estar alerta para evitar caer en la narración autocomplaciente de la historia de las editoriales. La historia del libro suele restaurar «el contexto externo del que (aparte de la rivalidad comercial) carecen la mayoría de las historias puntuales de algunas casas editoriales y esquiva su visión introspectiva que ignora –o, mejor, pierde de vista– movimientos más amplios dentro del sector editorial, del que cualquier editorial en particular no es sino un componente más» (McCleery, 2021: 42).[1] También puede narrarse a partir de las representaciones que se hizo de la actividad librera en las revistas especializadas. En Buenos Aires, entre marzo de 1942 y abril de 1945, se publicó *Papel, Libro, Revista* para auxiliar a libreros y papeleros en en la gestión de sus negocios en tiempos de cambios en el sector editorial. La dirección editorial de la revista estaba a cargo de Tomás M. F. Barna, que pertenecía a la familia que contaba con una librería que exportaba libros argentinos a otras librerías en Iberoamérica.

El primer número anunciaba la sede de la redacción en la calle Lavalle 379 en la ciudad de Buenos Aires. Se establecieron los precios de la suscripción de la publicación en U.S.A. y se aclaraba, contra cualquier principio de previsibilidad, que todos los precios y fechas de publicaciones pueden ser cambiados sin previo aviso. La revista contaba con un resumen de sus textos en inglés y en portugués, por lo que se supone tenía aceitada la circulación tanto en Estados Unidos como en Brasil a través de los contactos de la librería de los Barna. La meta de la publicación *Papel, Libro, Revista* era «difundir el pensamiento de papeleros, libreros, editores y distribuidores de revistas» entre los distintos actores del sector, a la vez que buscaba fomentar el arte de vender «hecho a base de ciencia positiva, de fantasía y de experiencia, semejante al *Publishers Weekly*, *Modern Stationer* y *Geyer´s Topics* de Estados Unidos; al *Messager* de Francia y al *Anzeiger* de Suiza» («Editorial», 1942).[2] Respecto a la temática de los artículos, que esperaban servir por igual al papelero, al editor y al librero, se aclaraba que los textos «abarcarán infinidad de temas que irán desde la venta en el mostrador de un artículo o libro hasta la decoración de vidrieras». Al delimitar el público y los temas, también lo hicieron

1. Los estudios abordaron que el auge de las vanguardias literarias, las traducciones, la relación entre la inmigración española y la edición local, pero dejaron de lado indagar sobre el público y principalmente sobre las librerías.
2. «Editorial». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.o 1, marzo de 1942.

con el territorio: América. La Segunda Guerra Mundial al paralizar el comercio con Europa hizo que América se plegara sobre sí misma, para un «más íntimo y comprensivo acercamiento entre los pueblos de continente americano [...] las fábricas de toda América trabajan hoy al máximo de su rendimiento para suplir las importaciones» del viejo continente, por lo que apostaba el editor que la publicación favorecería «el acercamiento, el contacto entre sí» al interior de América. Por ejemplo, la revista estableció la sección «Noticias Panamericanas» donde se daba cuenta de la circulación del libro por el continente y los problemas de distribución, las ediciones piratas y fraudulentas, así como la apertura de nuevas librerías o editoriales, como cuando se saludó la apertura de la Librería Nacional Ltda que gestionaron Pedro Pablo Salcedo, Rafael Pinedo Salcedo y Jesus María Ordóñez en Barranquilla con un «criterio panamericano» a la hora de seleccionar el stock de la librería.[3]

2. EL MERCADO DEL LIBRO

En *Papel, Libro, Revista* de agosto de 1942 se glosó un informe publicado en el diario *La Nación* realizado por Manuel Selva. En él se mencionaba que 1941 había sido un año fecundo en la impresión de nuevos títulos que llegó a 3033, de los cuales 1300 eran autores extranjeros, 206 eran reediciones de autores españoles, 130 fueron reediciones de autores argentinos y 1397 fueron las novedades de autores argentinos. Entre ellas el principal rubro fue literatura seguida por las ciencias sociales y las ciencias aplicadas. El centro de la actividad se concentraba en Buenos Aires y en el interior del país solo se publicaron 250 obras. De ellas 40 fueron editadas por sellos editoriales comerciales mientras que el resto pertenecían a las Universidades nacionales de Santa Fe, La Plata, Córdoba, Mendoza y Tucumán. En este panorama de crecimiento fue el espacio fértil para las publicaciones sobre el mundo del libro. En el mismo año se presentaron 4922 manuscritos inéditos en el Registro de la Propiedad Intelectual.[4] Para tener una noción del crecimiento editorial, basta recordar que en los primeros 35 años del siglo XX se registraron 2350 obras, y que en 1941, en un solo año se superó ese valor acumulado.

---

3. Tomás Barna recuperó las menciones que se hicieron de la publicación en distintos medios, especialmente cuando una revista emblemática para el rubro como *Publishers' Weekly*, saludaba desde New York a su par bonaerense como un «factor importante al servicio del intercambio interamericano de libros y revistas, glosando brevemente el contenido de los primeros dos números». «Juicios periodísticos sobre «Papel, libro, revista»». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.o 4, junio de 1942, p. 129.
4. «La producción de libros en la Argentina». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.o 6, agosto de 1942, p. 211.

El aumento del público lector tuvo su correlato con el crecimiento de la producción bibliográfica y en las mejoras de las técnicas de impresión. Gregorio Weinberg, tres años después del lanzamiento de *Papel, libro, revista*, comentó en el *Correo Literario* que a principios de los años cuarenta hubo un incremento en la publicación de libros pero que su edición se hizo con «improvisación, tanteos y búsquedas». Se buscó el éxito comercial, pero también se intentó llegar a públicos más reducidos. En pocos años, gracias a «las crecientes exigencias del público, la ampliación de los mercados, el perfeccionamiento técnico, las posibilidades de una competencia en la postguerra, han contribuido indudablemente a que en una segunda etapa se vaya logrando el equilibrio que revela su madurez».[5] Ese panorama de improvisación, tanteos y búsquedas, propio del despegue editorial, también estuvo en las librerías que se vieron sobrecargadas por las demandas del público y de material para comercializar.

3. PARA UNA HISTORIA DE LAS LIBRERÍAS

Las librerías en la historia de la cultura bonaerense aparecieron como un espacio de sociabilidad. El artículo que Ernesto Morales publicó el 6 de diciembre de 1942 en *La Prensa* sobre el ágora pública en la ciudad de Buenos Aires tuvo un par de párrafos dedicados a la librería.[6] La revista reprodujo ese

5. Weinberg, Gregorio. «Descartes, Renán y Sarmiento». *Correo Literario*, vol. III, n.o 34-35, 1 de mayo de 1945, p. 4.

6. La relación entre la historia de la ciudad de Buenos Aires, sus espacios de sociabilidad y las librerías se comenzó a visibilizar años después del artículo de Morales. En 1944, Domingo Buonocore publicó bajo los auspicios de la editorial Ateneo, *Libreros, editores e impresores de Buenos Aires*, en 1955, Rafael Alberto Arrieta publicó *La ciudad y los libros* en la Librería del Colegio y finalmente en 1958, Félix Weinberg con el *Salón Literario de* 1837 bajo la edición de Hachette; que tuvo una reimpresión en 1977. Éste último recuperó un aviso del «Diario de la Tarde» del 16 de julio de 1833 que informaba que se inauguraba una nueva librería de Marcos Sastre donde se demuestra que la venta de libros no fue un rubro exclusivo:

> En la calle de la Reconquista núm. 54, menos de cuadra y media de San Francisco para Santo Domingo. Se hallarán en ella obras clásicas sobre varias materias: Derecho, Legislación, Política, Filosofía, Moral, Religión, Educación, &c. &c. Libros elementales para el estudio de los idiomas latino, castellano y francés; y para las primeras letras. Excelentes devocionarios, y algunas buenas novelas. Pintura fina de diversas clases, hojas de marfil para la miniatura, pinceles finos ingleses y de la Gran China, papel de marquilla, lápices negros para dibujo de la mejor clase de París, estudios o modelos para dibujo, papel de música, y otros muchos objetos pertenecientes a las ciencias y bellas artes. Hay también varios artículos de mercería y perfumería exquisita: todo a precios moderados En dicha librería se compran toda clase de libros y papeles, manuscritos o impresos, nuevos o viejos, en castellano o en latín, griego, francés, inglés, portugués, &c.

Este aviso fue hallado y publicado por Félix Weinberg. *El salón literario de* 1837. 2°, Hachette, 1977, pp. 38-39

recorte temático centrado en las librerías y su relación con el ámbito de discusión política en la ciudad de Buenos Aires. Se destacó la Librería Argentina de Marcos Sastre y su espacio de sociabilidad letrada en 1837; así como la Librería de Mayo de Carlos Casavalle que abrió en 1862. En su trastienda se reunían la gente de letras y políticos como Andrés Lamas y Bartolomé Mitre. Morales mencionaba aquellos comercios que eran un espacio donde se cruzaban las letras y la gestión de la vida republicana como La librería del Colegio, y la de Ángel Estrada, frente a la iglesia de San Ignacio.[7]

El primer número de *Papel, libro, revista*, entregó a los lectores una entrevista Don Jesús Menéndez, de 86 años de edad, considerado el padre de los libreros porteños. Menéndez había comenzado a los 12 años su formación en la librería madrileña de Victoriano Suárez.[8] El librero Suárez enseñaba el oficio a través de multas que debían pagar sus empleados. Si se les caía un libro al suelo, si entregaban el libro sucio o si trataba con impaciencia al cliente, se castigaba al empleado. Menéndez recordó que muchos no aguantaban ese régimen de trabajo pero quienes salieron triunfantes lograron tener sus propias librerías. Llegó a la Argentina en 1874 y trabajó en la librería Real y Prada, en la librería Lajouane –donde atendió a Sarmiento, Mitre, Pellegrini, Sáenz Peña y Marcos Sastre, entre otras personalidades de la cultura argentina–.

La librería de Menéndez en la calle Bernardo de Irigoyen, también editó entre otros libros las obras de Paul Groussac –director de la Biblioteca Nacional de Argentina entre 1885 y 1929- uno de los primeros autores que publicó. Se le preguntó al librero y editor qué opinaba de la producción actual de libros y su respuesta no estuvo exenta de nostalgia. Si bien sostuvo que había crecido la producción de libros, creía que en su época se leía mucho más que en 1942. Principalmente porque «hoy existen demasiadas distracciones artificiales y superfluas que, en cierto modo, atrofian la imaginación».[9] El entrevistador se despide de «un hombre que se ha hecho a sí mismo y que es un ejemplo vivo para futuras generaciones de libreros».

Los demasiados libros tenían que ganar espacio en el tiempo de ocio frente a las muchas distracciones artificiales, y superfluas como el cine, la radio y las publicaciones periódicas de temas frívolos. La librería como es-

7. Ernesto Morales. «Las librerías en la vida argentina». *Papel, libro, revista*, vol. 2, n.o 11-12, verano de 1943, p. 421.
8. En *El pensamiento español* del 17 de junio de 1866 se anunciaba la venta del álbum litográfico *Cabrera y su ejército* en la librería de Suárez en la calle Jacometrezo 82 en Madrid. También se aclaraba que allí «se compran toda clase de libros».
9. «"Los libros tienen su propia historia" y los libreros también». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.o 1, marzo de 1942, pp. 17-18.

pacio de sociabilidad política, propia del siglo XIX, se veía a sí misma como un espacio de resistencia frente a otros consumos culturales que minaban la imaginación.

4. REFLEXIONES DE UN VIEJO LIBRERO-PAPELERO

Los años 40 fueron un punto de inflexión en el mercado editorial local donde la tradición y las prácticas usuales de la gestión de la librería eran cuestionadas por nuevos agentes en el sector. En *Papel, Libro, Revista* se publicaron una serie de reflexiones firmadas con el seudónimo «Observador» que se definía como un «viejo librero-papelero». En su primera intervención el memorioso librero apeló a su recuerdo del comercio en tiempos de la Primera Guerra Mundial. El negocio solo

> se limitaba esencialmente a la venta de papelería. Se vendían poco libros; es verdad que se importaban libros en cierta cantidad de Madrid y Barcelona; pero se los vendía en pocas librerías, siendo la mayor parte retenida por los importadores para sus propios negocios. En las provincias, los papeleros y libreros se dedicaban a la venta de juguetes.[10]

Ese pasado se oponía al presente cuando el Observador remarcó que ya no dependía el mercado americano de las importaciones europeas; porque en Sudamérica se han comenzado a publicar una gran cantidad de títulos. El problema era cómo encarar el nuevo panorama comercial donde había cada vez más libros. Es otras palabras, el autor se preguntaba si en vez de vender juguetes y artículos de papelería, era viable intensificar la venta de libros.

El viejo librero retomó una larga tradición de los manuales de urbanidad y de la literatura de la civilidad para aconsejar a los jóvenes en el oficio. Si cada vez hay más libros, había que saber recomendar a los clientes que se acercaban a la librería. Por ejemplo, en la primera visita de un joven a la librería se recomendaba presentarle novelas policiales o de amor antes que libros «serios y enjundiosos». Para conquistar a «una clientela permanente» había luego que recomendar una ficción del mismo género literario pero «de mejor calidad». Por otro lado, el librero debía de cuidad sus contactos comerciales

10. Observador. «Nuestros problemas. Reflexiones de un viejo librero-papelero». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.o 3, mayo de 1942, p. 76.

tanto con los editores como con los distribuidores para obtener un descuento que era «una posibilidad de ganancia adecuada».[11]

En el número siguiente se centró en la capacitación del personal de la librería. Para esto era necesario que las editoriales produjeran catálogos descriptivos ante la imposibilidad para los libreros de leer todas las novedades y establecer un juicio valorativo sobre la producción bibliográfica creciente. Las editoriales y distribuidores publicaban catálogos «de tanto en tanto», por lo que confiaba que los dueños y empleados de la librería estudiarían con atención las secciones «Almanaque del Librero» y «Reseña Bibliográfica» de *Papel, libro, revista*.[12]

La propuesta del viejo librero-papelero retomaba la tradición de la librería como un espacio de sociabilidad y diálogo ilustrado. Las buenas recomendaciones de los vendedores haría que la librería sea un «punto de cita de los círculos cultos y deseosos de saber de la ciudad. Los clientes inteligentes acuden de buen grado a la librería donde son atendidos por un librero y vendedores inteligentes y ya en conversar sobre libros encuentran una especie de recreación espiritual».[13]

El Observador sabía que sus propuestas podían encontrar resistencias de los comerciantes. Intuía que argumentarían que en su ciudad se «lee muy poco» o que solo se compran libros para niños, por lo que les recordaba la función social y cultural de la librería para «inculcar en el público el hábito de la lectura, formar amigos del libro. Esto lo consigue mejor estableciendo una Biblioteca Circulante». Otra de las estrategias que fomentaba era «educar al público en el sentido de que elija libros para fines de regalo. Cierto número de las novedades vienen en esmerada y atractiva presentación, de modo que se prestan muy bien para tal fin». En ambos casos, nuestros atento vigía del mercado sostenía que seguramente también se ganará así un cliente para el comercio en el sector de papelería.

En el número siguiente de *Papel, Libro, Revista* las cartas de lectores interpelaron al viejo librero por sus consejos en los números anteriores. Una de ellas trazó un panorama sobre el rol del librero sudamericano porque

---

11. Observador. «Nuestros problemas. Reflexiones de un viejo librero-papelero». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.o 3, mayo de 1942, p. 76.
12. Observador. «Nuestros problemas. Reflexiones de un viejo librero-papelero». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.o 4, junio de 1942, p. 116.
13. Observador. «Nuestros problemas. Reflexiones de un viejo librero-papelero». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.o 4, junio de 1942, p. 116.

> [h]asta el año 1935 sólo existía un comercio librero de importación, reduciéndose la venta de libros en muchos casos a una simple actividad secundaria. Pero con forme la industria editorial sudamericana alcanza un nivel cada vez más elevado y la producción nacional de libros supera tanto cuantitativa como cualitativamente a la pasada importación de libros, el comercio librero se torna también en nuestro medio una ocupación verdadera, una actividad comercial independiente.[14]

También se recordó en la carta que en las librerías de las provincias las vidrieras solo exhibían juguetes y artículos de papelería. Aunque reconocía que cada vez era más frecuente encontrar libros en las vitrinas, aunque no tengan un buen surtido porque los comerciantes son «remisos en ocuparse en forma intensa de la venta de libros». Reconocía que además de capital para aumentar la presencia de libros en el comercio, faltaban los saberes literarios para hacer la compra en firme, por más que se reciban folletos y catálogos. La incertidumbre sobre la viabilidad comercial de un negocio solo especializado en la venta de libros estaba en cada palabra.

El librero sabía que arriesgarse a comprar un libro en firme implicaba que si no lo vendía tendría que expender cuatro o cinco libros para cubrir los costos del libro que no pudo despachar. El interlocutor del viejo librero recomendaba seguir la costumbre europea, vigente desde hace 50 años atrás, y que residía en que los editores enviaran a los libreros de los pequeños pueblos un libro en consignación de la novedad y si eran pedidos más ejemplares se facturaban en firme. Claro que los editores podrían cuestionar tal estrategia frente al temor de recibir el libro consignado en devolución en mal estado. Era un costo menor al considerar que solo tendrían que volver a encuadernar el libro consignado.

Si bien el Observador acordó con su colega en la mayoría de sus puntos, le recriminó que no se ponga en los zapatos de los nuevos editores. Estos suelen gastar mucho en la impresión y distribución de folletos y catálogos, y los mismos son dejados de lado por los libreros de provincias. El viejo librero-papelero le recordaba que no venden zapatos, por lo que no era adecuado tener una actitud pasiva a la espera que el lector llegue al negocio. Era necesario, para conquistar nuevos clientes, realizar propaganda, así como enviar los catálogos a «diarios y estaciones de radio locales, por cuyo medio se puede llamar la atención de los lectores y radio-escuchas a determinados autores y

14. Observador. «Nuestros problemas. Reflexiones de un viejo librero-papelero». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.o 5, julio de 1942, p. 161.

libros. Aquí se ofrece una oportunidad de inculcar en el público el hábito de la lectura».[15]

El viejo librero le recordó a su interlocutor que si vemos en todas partes, desde el tranvía hasta el club, a lectores con libros de Stefan Zweig en la mano es por que la noticia del suicidio del escritor y su esposa conmovió a los lectores. Tanto la prensa escrita como la radio se presentaban como los canales eficaces para la promoción de libros. «Es claro que el libro también es una mercadería y como tal no puede venderse sin propaganda. No siempre se recurrió a Geniol para el dolor de cabeza, sino recién a raíz de la propaganda sistemática y sostenida que se realizó a favor de este producto», escribió el Observador que reconocía la importancia de la publicidad para la venta de libros. Trabajar entre letras no indicaba que el librero no fuera un comerciante, aunque el viejo librero creía que además se «está al servicio de fines más elevados, y eso es lo que ennoblece su labor frente a toda otra actividad comercial».[16]

5. Ángel Ossorio y Gallardo sobre el mundo del libro

Tomás Barna advirtió a sus lectores que la intervención de Ossorio y Gallardo generaría polémica entre los lectores de *Papel, Libro, Revista,* por lo que prometía publicar las réplicas objetivas que llegaran a la redacción. El abogado y publicista republicano español, exiliado en Argentina, sin medias tintas comenzó su escrito cuestionando al sector editorial:

> Se lee hoy mucho. Pero se puede y se debe leer mucho más. Y con mejor criterio selectivo. Y mejores libros. El escritor no produce todo lo bien que debería producir, sencillamente por que no se le paga y ha de trabajar precipitada mente, a marchas forzadas, sin reflexión y sin estudio para ganar un pedazo de pan. Todo esto depende de que la venta está mal organizada.[17]

El jurisconsulto español sin matices escribió que «la librería es una herramienta de difusión anticuada, insuficiente y cara», y que los libreros solo tienen en la vitrina los libros entre dos o tres días para luego pasarlos a los

15. Observador. «Nuestros problemas. Reflexiones de un viejo librero-papelero». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.o 5, julio de 1942, p. 162.
16. Observador. «Nuestros problemas. Reflexiones de un viejo librero-papelero». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.o 5, julio de 1942, p. 162.
17. Ángel Ossorio y Gallardo. «Venta de libros». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.o 10, diciembre de 1942, p. 371.

mostradores para dejarlos en las estanterías a la semana siguiente, y luego terminar en el sótano donde ni el propio comerciante se acordaría de su existencia. El aumento de producción editorial tenía su contracara, el desconocimiento del librero ya que «no es más que un comerciante y carece de cualquiera otra preparación».

Además cuestionó la ganancia excesiva del rubro que tiene entre un 30 a 40 por ciento de descuento sobre el precio de venta al público y más aún cuando recibe los libros en comisión (consignación) y solo compra al contado (firme) los libros de venta segura. Si el librero tenía tal ganancia, el editor ganaba menos y muchos menos el escritor que solo recibía el 10%; por lo que se preguntaba si así podía fomentarse las buenas letras.

Ossorio propuso que el librero se especializara, que conociera su catálogo y que contaran con «técnicos de la bibliografía que, manejando buenos indices de materias de libros, de materias de cada libro, de materias de revistas, de autores y de títulos, fueran asesores del público, le iluminaran, ilustraran y guiaran». La segunda propuesta fue que tanto los editores como autores establecieran cooperativas, la tercera se centró en que los editores disminuyeran la comisión a los libreros para aumentar el pago al autor. El punto cuarto abogaba por la implementación de viajantes o corredores editoriales que presentaran los textos a los libreros de pequeñas y grandes ciudades. El punto quinto y último de la terapéutica propuesta por Ossorio implicaba la propaganda de los libros «por medio de catálogos, críticas, informaciones y revistas que los editores realizan cada día mejor».

Al número siguiente, tal como temía Barna, llegaron a la redacción de la revista cartas desde distintas ciudades del país. El primer cuestionamiento a Ángel Ossorio y Gallardo que se publicó llegó desde Córdoba; de la pluma de José Armando Robledo –empleado de la Librería Editorial Assandri (ex librería «El Ateneo»)–.[18] El librero no creía, como argumentó el jurisconsulto español, que la falta de lectores se debía a problemas en la organización de las ventas en las librerías. En un punto coincidían, se publica mucho más de lo que se lee. Esta situación obligó a los libreros a utilizar todos sus recursos para dar a conocer su fondo editorial por lo que publican periodicamente boletines, catálogos y folletos de manera usual. El aumento de la producción editorial generaba en la librería el problema del espacio de exhibición pero aún así le recriminó a Ossorio que considere a la librería como «una herramienta de difusión anticuada, insuficiente y cara».

18. José Armando Robledo. «Libreros, autores, editores. Reflexiones sobre el artículo del señor Ángel Ossorio y Gallardo». *Papel, libro, revista*, vol. 2, n.o 11-12, verano de 1943, p. 416.

El librero cordobés les recordó a sus colegas porteños y a su interlocutor que en las provincias era difícil contar con una posición holgada solo vendiendo libros. Para subsistir las librerías han tenido que sumar la venta de «artículos de papelería, fantasías u otro renglón cualquiera en la imposibilidad de poder mantenerse con la venta exclusiva del libro». También se puso en conocimiento que las editoriales solo entregan en firme el servicio de novedades y que no aceptan ninguna devolución si el libro no se vende, por lo que cada librería tiene en su haber varios títulos inmóviles. Éstos son los libros que se acumulan en el depósito, por lo que el capital muerto se multiplica con el tiempo.

A pesar de las críticas, Robledo acordó con Ossorio en alentar la formación de una cooperativa de escritores, simplemente para que vean lo difícil y complejo que es vender libros. En síntesis, el comerciante cordobés, creía que «el librero, ese agente propulsor del libro, vehículo insustituible de la cultura y del saber humano, merece no sólo la simpatía y el apoyo del público en general, sino la del escritor muy especialmente, y en primer término».[19]

En el número siguiente, en mayo de 1943 sin mención de autoría se publicó otra réplica al artículo de Ossorio y Gallardo. El anónimo corresponsal creía que todo editor necesita de las librerías establecidas para difundir su producción, y si bien hay algunos libreros que no conocen su oficio, muchos otros sí. Al igual que su colega cordobés, el librero coincidía en que «la exorbitante producción editorial; no hay más que dar una rápida ojeada a los periódicos y es de todo punto de vista imposible que el librero reciba todos los libros que aparecen». El trabajo de curaduría, de selección del material que se realiza tiene como eje el capital con que cuenta la librería; por eso que el servicio de novedades se comercializa en firme. Son muy pocas las editoriales que aceptan devoluciones y, si lo hacen, es en base a una compra mínima de ejemplares. Ossorio, según escribe el anónimo corresponsal, se olvidó de los gastos que ha de atender el librero antes de contabilizar su ganancia. Tiene que pagar el alquiler, el personal, impuestos, fletes (principalmente las librerías del interior), por lo que de esas 30 o 40 por ciento le queda un 10% y eso aún sin descontar el capital parado que tiene en su sótano de libros sin vender.[20]

Sobre la crítica literaria, el anónimo librero, creía que «hay que orientar al lector; esto debe hacerse por medio de la crítica bibliográfica, que debe ser

19. José Armando Robledo. «Libreros, autores, editores. Reflexiones sobre el artículo del señor Ángel Ossorio y Gallardo». *Papel, libro, revista*, vol. 2, n.o 11-12, verano de 1943, p. 416.
20. «Libreros, autores, editores. Reflexiones sobre el artículo del señor Ángel Ossorio y Gallardo». *Papel, libro, revista*, vol. 2, n.o 13, marzo de 1943, p. 457.

seria y justa», por lo que había que desconfiar si quien firmaba la reseña era amigo del autor. Como los libreros confían en la crítica de la prensa, solían utilizarla como fuente para sus recomendaciones. También se cuestionaba que en la prensa se reseñen libros con solo leer la gacetilla y no el libro completo con espíritu crítico. El librero anónimo apelaba a la honestidad de la crítica «pues un autor se cuidará muy bien de publicar una obra por la que pueda ser censurado y... el lector podrá tener un guía».[21]

El periodista y escritor José Andrés Capece, que supo pertenecer a la redacción de los diarios *La Prensa* y *La Razón*, tampoco perdió la oportunidad para acordar con el abogado y publicista español en Argentina. Coincidía con que la batalla había que darle principalmente no contra las librerías sino en desmedro de las «publicaciones deportivas, las revistas frívolas, triviales e insulsas que inundan el mercado y corrompen el gusto del público» y le sumó los suplementos literarios de los grandes diarios que publican colaboraciones de todo tipo, a veces de forma fragmentaria y que «no están al alcance de la mentalidad de los lectores».[22] El redactor creía que uno de los principales problemas era que las editoriales no realizaban ediciones económicas y que no estaban a la mano del lector, así como también estaba de acuerdo con Ossorio sobre la necesidad de contar con corredores con «cierta erudición» para la venta de libros tanto en la ciudad capital como en las provincias del país.

6. LECTORES QUE CONTAGIAN Y OTROS QUE SE DISTRAEN

Tomás Barna, en los primeros números de su publicación, supo entrevistar por escrito a los principales editores de la ciudad como Gonzalo Losada, del sello que llevaba su apellido, y Antonio Zamora, de la *Editorial Claridad*. Este último recordó cómo comenzó en el mundo de la edición al publicar libros que no se hallaban en el mercado, y más baratos para un nuevo público de clases populares. La primera colección que lanzó se llamó «Los pensadores», en un formato de 16x 24 cm, a dos columnas, tipografía de cuerpo 8 y en 32 páginas podía llegar a contener una obra completa. Los títulos se vendían en los kioscos y puestos de diarios, que si bien, –escribió Zamora– «no les hizo mucha gracia a los libreros, pero inició un movimiento

21. «Libreros, autores, editores. Reflexiones sobre el artículo del señor Ángel Ossorio y Gallardo». *Papel, libro, revista*, vol. 2, n.o 13, marzo de 1943, p. 457.
22. José André Capece. «A propósito de la venta de libros». *Papel, libro, revista*, vol. 2, n.o 14-15, 4 de mayo de 1943, p. 514.

de lectores como nunca se había producido en el país, y tal vez en toda la América Hispánica».[23]

El auge lector, recordemos que para 1943 el analfabetismo había descendido a un 16% en el último censo escolar y Argentina tuvo la tasa más baja en América Latina,[24] repercutió en la venta de libros en general y los libreros vieron aumentar el volumen de sus ventas. El editor consideraba que la industria editorial argentina, ya podía considerarse «el meridiano de la producción editorial del idioma castellano». Los libreros cooperaban con las ventas de la editorial que les daba «los márgenes más altos que han sido posible hacer», aunque la difusión de sus publicaciones tenía canales informales. Zamora recordó haber visto que «algunos obreros después de terminar sus tareas diarias se dedicaran a vender en los cafés y otros lugares públicos las ediciones populares de muchas obras que ellos sentían verdadero placer de difundir». Las lecturas se contagiaban con entusiasmo y, cómo sostuvo Ossorio y Gallardo bastaba con que el vendedor pudiera entablar una conversación alrededor del libro aunque aquí no era necesario el saber acartonado.

El republicano español, que tantas réplicas generó en el gremio, terminó su artículo con una invocación bélica contra «las verdaderas enemigas de la ilustración popular» y que ya había ganado acólitos como el periodista Capece. Para Ossorio había que librar una batalla «contra las publicaciones deportivas y contra la multitud de revistas cursis y necias que inundan el mercado y corrompen el gusto». ¿Por qué su preocupación?, principalmente porque

> [e]n la Argentina se lee cada día más. Es una verdadera fiebre. Se multiplican las casas editoriales y a casi todas les va bien. Se venden copiosamente los libros más serios, los de más enjundia, los que hace pocos años no quería nadie. La crisis de Europa ha hecho que se reúnan en América los mejores ingenios, los editores más cultos. Los libros son cada día más interesantes y preciosos. El pueblo bien pensante de su destino, se emborracha con la lectura. Fuera es aprovechas estas favorables circunstancias.[25]

Jorge Enrique Gaitán R., no estaba tan de acuerdo con Ossorio y Gallardo y menos aún con Antonio Zamora, ya que el dueño de la Librería

23. Tomás Barna y Antonio Zamora. «Antonio Zamora». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.o 2, abril de 1942, p. 49. Sobre la editorial Claridad se recomienda el estudio de Juliana Cedro. *El negocio de la edición: Claridad* 1922-1937. 2012, p. 16.
24. Roy Hora. «Analfabetismo». *Palabras claves en la historia de la educación argentina.*, editado por Flavia Fiorucci y José Bustamante Vismara, UNIPE Editorial Universitaria, 2019, pp. 25-30.
25. Ángel Ossorio y Gallardo. «Venta de libros». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.o 10, diciembre de 1942, pp. 373.

Mundial de Bogotá argumentó que en Colombia se lee mucho más que en Argentina, principalmente porque no tienen tantas distracciones y «diversiones ligeras: cine, teatros, boites, etc., centros de diversión que excitan al pueblo sacándole de su hogar, donde podría aprovechar su tiempo en la lectura».[26]

La lectura se contagiaba entre pares, como los obreros que vendían los libros de *Claridad*, pero también se disputaba el tiempo del ocio. Las tensiones no era solo entre la cultura impresa y la mediática, sino de tono más paternalista entre la alta cultura y lo popular, encarnado en las revistas de deportes y frívolas. Quienes escribían sobre el mundo del libro marcaban la distancia de la otredad cultural, a la vez que también buscaban interpelarla.

7. CONCLUSIONES

La publicación dirigida por Tomás Barna fue un sismógrafo que registró las tensiones del mercado editorial argentino cuando se limitaron las importaciones por la Guerra Civil Española y luego por la Segunda Guerra, aumentaba el público lector –gracias al proceso de alfabetización y escolarización sostenido–, las editoriales publicaron cada vez más títulos y las librerías pronto se encontraron ante problemas de comercialización.

Papel, libro, revista supo que su principal interlocutor era el librero, ya que el editor contaba con la revista *Biblos* de la Cámara Argentina del Libro, por lo que comenzó de forma fragmentaria la publicación de textos que apelaban a la historización del comercio del libro en relación con la sociabilidad letrada y política del siglo XIX. Tanto el recuerdo de Menéndez que invocaba los nombres de sus clientes ilustres como Bartolomé Mitre y Domingo Sarmiento, y la selección de los párrafos del texto de Ernesto Morales sobre las librerías del siglo XIX, indicaban la urgencia por reconocer el trabajo del librero como algo más que un mero mercader. El doble anclaje material y simbólico del libro se recuperaba con énfasis en lo cultural y dialógico de la actividad.

La evocación del comercio librero en los tiempos de la Primera Guerra sirvió para plantear el panorama desde dónde se comenzó a revisar las relaciones de los actores al interior del mercado del libro. A principios del siglo XX los comercios vendían principalmente artículos de papelería y pocos libros; aunque en las provincias también se incluía el rubro juguetería. Las importa-

26. «Un colombiano en la Argentina». Papel, libro, revista, vol. 2, n.º 16, julio de 1943, p. 556.

ciones de libros que llegaban de Madrid y Barcelona tenían como principales destinatarios las librerías de las propias casas importadoras. Manuel Gálvez recordó en sus memorias que para 1915 «no existía en Buenos Aires ni un solo editor. Los que así se llamaban eran simples libreros, y publicaban tres o cuatro libros por año [...]», los libros literarios eran pagados por los autores y el librero, «aunque figurase como editor, era nada más que administrador, y un administrador poco propenso a rendir cuentas».[27]

José Luis de Diego al analizar diversas fuentes secundarias rescató que entre 1900 y 1935 se registraron 2350 obras y que entre 1936 y 1939, el registro aumentó a 5536. La cantidad de ejemplares impresos también aumentó en ese período, por lo que sos tuvo que «[m]ás del 40 por ciento de la producción se exportaba y Argentina proveyó, en la década de los cuarenta, el 80 por ciento de los libros que importaba España».[28] En ese panorama de crecimiento de la producción editorial las librerías tuvieron que pensarse a sí mismas, y su relación con el canal comercial y distribuidor.

El viejo librero-papelero dejó en claro en sus intervenciones que el mercado americano ya era autosuficiente, y que a diferencia de una décadas atrás ya no se dependía del mundo del libro español. María Rosa Oliver escribió en el *Correo Literario* que «[r]ecién ahora los americanos estamos aprendiendo a viajar por América. Lo hacemos, sin duda, por fuerza mayor, puesto que Europa está cerrada [...] Un diplomático mexicano, Luis Quintanilla ha dicho que si Colón descubrió a América en el año 1492 los americanos la estamos descubriendo cuatro cientos cincuenta años después».[29]

Los libros, no sin dificultades y trabas aduaneras, comenzaron a circular por América. Esos intercambios también estaban presentes en *Papel, libro, revista* cuando se anunciaba la apertura de una librería en Barranquilla, se traducía desde el primer número un resumen del contenido al portugués o cuando se anunciaban los planes de la editorial chilena Zig Zag o la edición en castellano de una obra sin los derechos apropiados en países vecinos.

El período que se denominó como la «época de oro» de la edición, a pesar de las diferencias en la periodización,[30] tuvo como denominador común

27. Gálvez, Manuel. «El novelista se hace editor (1917-1922)». Recuerdos de la vida literaria, vol. 1, Taurus, 2002, pp. 437-50.
28. Diego, José Luis de. «1938-1955 La «época de oro» de la industria editorial». Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000, Fondo de Cultura Económica, 2006, pp. 91-123.
29. Oliver, María Rosa. «Viajar por América». Correo Literario, vol. II, n.º 25, 15 de noviembre de 1944, pp. 1-2.
30. Ver al respecto la tesis doctoral de Alejandra Giuliani (2018).

que se focalizaron los estudios desde la historia de la edición y la crítica literaria en los sellos editoriales de mayor trayectoria, así como en los autores que publicaron. El auge de la producción editorial implicó que los libreros comenzaran a reflexionar sobre sus prácticas comerciales como a la hora de realizar la vidriera junto con otros artículos. Los libreros fueron en esos años todavía remisos a dedicarse en exclusivo a la venta de libros. La comercialización en firme, sin derecho a devolución de los títulos no vendidos, implicaba una fuerte inversión por parte del librero que temía quedara inmovilizada en el sótano del comercio.

Los saberes literarios, para hacer la compra en firme también eran útiles para la redacción de catálogos para la clientela. Cuando el personal de la librería necesitaba capacitarse se esperaba que las editoriales invirtieran en catálogos, con reseñas de los títulos publicados, ante la imposibilidad del librero de leer todo que se publicaba en el mes. De alguna manera, los autores anónimos de la revista estaban de acuerdo en la necesidad de realizar propagandas para revitalizar las visitas a las librerías. El libro es una mercancía, y como tal no podía venderse a mediados del siglo XX sin apelar a la publicidad gráfica o radiofónica; al menos así creían desde el rubro.

Por otro lado, los años cuarenta el aumento de producción de títulos marcaron el inicio de la problematización de rotación de libros en las superficies de exhibición. La vidriera, que interpelaba a los transeúntes y que marcaba las lecturas propuestas del comercio para la ciudad, solo exhibía entre dos o tres días las novedades para luego darle paso a otras propuestas lecturas. La novedad editorial pronto pasaba de la vidriera al mostrador, la estantería y al sótano. Ese libro se perdía si no se había realizado el trabajo técnico bibliográfico para indicar su presencia en el comercio. La producción de catálogos, índices de materias, autores y títulos comenzaba a ser una demanda del sector que interpelaba a la formación bibliotecaria del país que contaba ya con veinte años de antigüedad en la Universidad de Buenos Aires.

La abundancia de títulos y editoriales tuvo su contracara en las recomendaciones del pasaje de la librería generalista a la especializada. La curaduría, la selección y la focalización en un tema fue una propuesta que no fue bien recibida por los libreros; principalmente porque implicaba que reducirían sus ingresos. Tampoco recibieron con agrado la sugerencia para que reduzcan su margen de rentabilidad en favor de aumentar la de los autores.

La «época de oro» del libro argentino en América y España solo se puede comprender como un fenómeno de múltiples caras, más allá de los catálogos editoriales. Entre las facetas del prisma se pueden encontrar el crecimiento

del público interno, la maduración de los procesos de alfabetización y escolarización que desde finales del siglo XIX apuntalaban la formación ciudadana, la consolidación de los talleres gráficos y de encuadernación en la gestión de las técnicas de diseño, impresión y encuadernación, y los cambios en la comercialización del libro en el espacio de la librería que comenzó a circunscribir los rubros a la venta solo a libros.

OBRAS CITADAS

Fuentes primarias

Barna, Tomás, y Antonio Zamora. «Antonio Zamora». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.º 2, abril de 1942, p. 49.
Capece, José André. «A propósito de la venta de libros». *Papel, libro, revista*, vol. 2, n.º 14-15, mayo de 1943, p. 514.
«Editorial». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.º 1, marzo de 1942.
«Juicios periodísticos sobre "Papel, libro, revista"». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.º 4, junio de 1942, p. 129.
«La producción de libros en la Argentina». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.º 6, agosto de 1942, p. 211.
«Libreros, autores, editores. Reflexiones sobre el artículo del señor Ángel Ossorio y Gallardo». *Papel, libro, revista*, vol. 2, n.º 13, marzo de 1943, p. 457.
«"Los libros tienen su propia historia" y los libreros también». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.º 1, marzo de 1942, pp. 17-18.
Morales, Ernesto. «Las librerías en la vida argentina». *Papel, libro, revista*, vol. 2, n.º 11-12, febrero de 1943, p. 421.
Observador. «Nuestros problemas. Reflexiones de un viejo librero-papelero». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.º 3, mayo de 1942, p. 76.
---. «Nuestros problemas. Reflexiones de un viejo librero-papelero». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.º 4, junio de 1942, p. 116.
---. «Nuestros problemas. Reflexiones de un viejo librero-papelero». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.º 5, julio de 1942, pp. 161-62.
Ossorio y Gallardo, Ángel. «Venta de libros». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.º 10, diciembre de 1942, pp. 371-73.
Robledo, José Armando. «Libreros, autores, editores. Reflexiones sobre el artículo del señor Ángel Ossorio y Gallardo». *Papel, libro, revista*, vol. 2, n.º 11-12, febrero de 1943, p. 416.
«Un colombiano en la Argentina». *Papel, libro, revista,* vol. 2, n.º 16, julio de 1943, p. 556.
«Un dólar para Usted». *Papel, libro, revista*, vol. 1, n.º 4, junio de 1942, p. 122.

Fuentes secundarias

Arrieta, Rafael Alberto. *La ciudad y los libros; excursión bibliográfica al pasado porteño.* Librería del Colegio, 1955.

Buonocore, Domingo. *Libreros, editores e impresores de Buenos Aires*. El Ateneo, 1944.
Gálvez, Manuel. «El novelista se hace editor (1917-1922)». *Recuerdos de la vida literaria*, vol. 1, Taurus, 2002, pp. 437-50.
Cedro, Juliana. *El negocio de la edición: Claridad 1922-1937*. 2012, p. 16.
Hora, Roy. «Analfabetismo». *Palabras claves en la historia de la educación argentina.*, editado por Flavia Fiorucci y José Bustamante Vismara, UNIPE Editorial Universitaria, 2019, pp. 25-30.
Giuliani, Alejandra. *Editores y política. Entre el mercado latinoamericano de libros y el primer peronismo (1938-1955)*. Tren en Movimiento, 2018.
Oliver, María Rosa. «Viajar por América». *Correo Literario*, vol. II, n.º 25, 15 de noviembre de 1944, pp. 1-2.
Weinberg, Félix. *El salón literario de 1837*. 2°, Hachette, 1977.
Weinberg, Gregorio. «Descartes, Renán y Sarmiento». *Correo Literario*, vol. III, n.o 34-35, 1 de mayo de 1945, p. 4.